Basel, den 28. Januar 1933 XXXIII. Jahrgang / No. 4

Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V.S.K.) Basel

Erscheint wöchentlich 8-12 Seiten stark. Abonnementspreis: Fr. 15.— per Jahr, Fr. 8.— per sechs Monate, ins Ausland unter Kreuzband Fr. 20.— per Jahr.

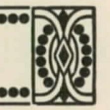


Redaktion: Dr. HENRY FAUCHERRE. Verantwortlich für Druck u. Herausgabe: Verband schweiz. Konsumvereine (V.S.K.) Basel. Für denselben Dr. Oscar Schär

Inhalt:



Führende Gedanken



De bono homine pacifico.

(Ueber den guten und friedfertigen Menschen.)

«Bringe dich zuerst selber in den Stand des Friedens — dann wirst du ihn auch andern geben können.

Ein Mensch, der Frieden schafft, ist mehr wert als ein Gelehrter.

Der Mensch, der von seinen Leidenschaften beherrscht wird, verdreht selbst das Gute in Böses und glaubt willig das Schlechte.

Der wahrhaft friedliebende Mensch lenkt alles zum Guten.

Derjenige, der wirklich im Frieden ist, hat auf niemand einen Argwohn, der aber, der unzufrieden und verworren ist, wird von immer neuem Verdachte hin und her getrieben; er ist ohne Ruhe und erträgt es nicht, dass die andern in Ruhe sind.

Er sagt oft das, was er nicht sagen dürfte, und vergisst darüber das, was er zu tun hätte.

Er stellt gerne fest, was die andern zu tun haben und vernachlässigt das, was er selber vollbringen müsste. Wende darum deinen Eifer zuerst auf dich selbst und dann erst ereifere dich über deinen Nächsten.

Ihr findet schnell Entschuldigungen für euch selbst und beschönigt gerne eure eigenen Handlungen, aber fremde Entschuldigungen wollt ihr nicht gelten lassen.

Es wäre doch allein richtig, euch selbst anzuklagen und euren Bruder zu entschuldigen.

Ertragt den andern, wenn ihr selbst wollt, dass man euch erträgt.

Denkt darüber nach, wie fern ihr noch von jener wahren Liebe und Demut seid, wo man sich nicht entrüstet und erregt, es sei denn über sich selber.

Es ist keine grosse Sache, mit guten und sanften Menschen umzugehen, das gefällt unserm natürlichen Menschen; jeder hat gerne Frieden und zieht diejenigen vor, die seiner Art sind. Aber in Frieden zu leben mit Starrsinnigen, Verkehrten, Ungeordneten und Widerspenstigen, das ist eine grosse Gnade, ist ein tapferes Werk und hoher Ehren würdig.

Es gibt Menschen, die sich selbst in Frieden halten und die darum auch in Frieden mit den andern leben.

Und es gibt andere, die selber keinen Frieden haben und darum auch die andern nicht in Frieden lassen; sie fallen den andern zur Last, aber mehr noch lasten sie auf sich selber. Derjenige, der Leid am geduldigsten zu ertragen weiss, der wird den grössten Frieden haben; er ist Sieger über sich selbst und Herr der Welt.» Thomas a Kempis.

Die Konsumgenossenschaften in Gegenwart und Zukunft.

von Herman Stolpe, Stockholm.
(Uebersetzt von Hellmut Müller, Bralitz.)

Hermann Stolpe, unser schwedischer Mitarbeiter, macht uns im folgenden mit Werken von zwei bedeutenden englischen Publizisten, die auch für die Genossenschaftsbewegung von Interesse sind, bekannt. Am Schlusse seiner Ausführungen zieht Stolpe die Grenzen genossenschaftlicher Betätigung. Wir werden uns erlauben, hiezu in der nächsten Nummer des «Schweiz. Konsum-Verein» kritisch Stellung zu nehmen.

* * *

Die grösste Ehre, die einem britischen Genossenschafter zuteil werden kann, ist die Aufforderung, den Vorsitz des Kongresses der «Co-operative Union», des britischen Genossenschaftsverbandes, zu übernehmen. Er hat den Kongress mit einer Begrüssungsansprache (inaugural address) zu eröffnen, die in der Regel zu einer Programmerklärung erweitert wird, in der die Richtlinien für die weitere Entwicklung der genossenschaftlichen Tätigkeit entworfen werden. Zu dem diesjährigen Kongress wurde der bekannte schottische Genossenschafter John Downie aus Wishaw, einer kleinen Stadt zwischen Glasgow und Edinburgh, zum Vorsitzenden ausersehen. Seine Begrüssungsansprache entwickelte sich zu einer rednerisch meisterhaften, von gesunden und bemerkenswerten Gesichtspunkten belebten Prüfung des heutigen britischen Genossenschaftswesens. Downie besprach unter anderem die kritischen Betrachtungen, die der weltberühmte

englische Schriftsteller H. G. Wells der genossenschaftlichen Bewegung in seinem neuerschienenen Werk «The Work, Wealth and Happiness of Mankind» (W. Heinemann Ltd., London 1932) gewidmet hat, das als die wirtschaftlich-soziale Ergänzung seiner in mehreren Sprachen erschienenen Weltgeschichte betrachtet werden kann. Es ist zweifellos von Interesse, ausgehend von Wells Gesichtspunkt, zu erforschen, welche Rolle die Genossenschaft im Wirtschaftsleben der Gegenwart spielt und in dem zukünftigen zu spielen berufen sein wird. Wir wollen uns deshalb etwas ausführlicher über den betreffenden Teil von Wells Buch auslassen.

1.

Vorher soll hier jedoch erst noch auf eine andere Darstellung der Wirtschaftsfragen unserer Zeit hingewiesen werden, nämlich Sir Arthur Salters Recovery (Bell, London 1932), dessen Ansichten eine passende Einleitung zu Wells Analyse der Lage in der britischen Genossenschaftsbewegung bilden. Salter huldigt der Auffassung, dass das alte liberale System des « laissez faire, laissez aller », so wie es sich im Laufe des 19. Jahrhunderts herausgebildet hatte, seine beherrschende Rolle heute ausgespielt hat. Man kann gewiss die bemerkenswerte Genauigkeit und Zuverlässigkeit bewundern, mit der dieses System, auf der Grundlage freier Preisbildung und ungebundenen Wettbewerbs zwischen verhältnismässig kleinen Unternehmungen die selbsttätige Regelung ermöglichte, aber man muss sich zugleich sagen, dass die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Voraussetzungen heute so weit von denen des 19. Jahrhunderts verschieden sind, dass es von vorneherein ausgeschlossen erscheint, dieselbe Ausgangslage für das Wirtschaftsleben anzunehmen wie im 19. Jahrhundert. Die technischen und organisatorischen Voraussetzungen sind andere geworden. Der Grossbetrieb ist zu einer Tatsache geworden, die nicht übergangen werden kann, und die weitere Entwicklung hat unbestreitbar zur Folge, dass die freie Konkurrenz im Sinne des 19. Jahrhunderts aufgehoben wird. «Die Konkurrenz tötet die Konkurrenz», wie bereits Proudhon hervorhob, durch das Anwachsen von Zusammenschlüssen und monopolartigen Unternehmungen verschiedener Art.

Salter hat einen klaren Blick dafür, welche Gefahren die Entstehung von immer mächtiger werdenden monopolartigen Organisationen für die Verbraucher herbeiführt, die die Monopolpreise bezahlen müssen. Es ist besonders beachtenswert, dass er bei Besprechung der internationalen Kartelle als wirkungsvolle Gegenmassnahme u. a. eine weitgehende öffentliche Kontrolle vorschlägt, wie sie z. B. der Genossenschaftsverband Schwedens für die im Lande bestehenden Kartelle gefordert hat, — bis heute allerdings ohne Erfolg.

«Seitdem Grossbetriebe und weltumspannende Zusammenschlüsse die Tendenz zeigen, schnell anzuwachsen, dient es der Wahrung eines Lebensinteresses der Allgemeinheit, wenn notwendige Schutzmassnahmen ergriffen werden. Unter diesen könnte eine öffentliche Kontrolle durch den Völkerbund mit Leichtigkeit eine der wirksamsten werden, da dieser sich glücklicherweise, soweit wirtschaftliche Aufgaben zu lösen sind, der Mitwirkung solcher Länder wie der Vereinigten Staaten erfreut, die die politischen Beschlüsse nicht anerkannt haben. Aber er kann nur dann arbeiten, wenn er Unterstützung in weiteren Kreisen findet.

Nur wenig deutet im gegenwärtigen Augenblick darauf hin, dass die grossen Kartelle willens sind, Aufschluss über Herstellungskosten, Preisberechnungen usw. zu erteilen, oder dass die Regierungen einen entsprechenden Druck ausüben, um sie dazu zu zwingen. Und doch wäre es wünschenswert, dass die nationale Gesetzgebung geeignete Machtmittel zu diesem Zweck zur Verfügung stellte. Aber selbst ohne diese könnte viel geschehen, wenn die Allgemeinheit durch die Regierungen, ihre Vertretungen und die Presse fordern würde, dass der Völkerbund die Aufgabe erfüllt, die ihm anvertraut ist. Wenn der Völkerbund Angaben aus verschiedenen Quellen sammeln, von den Kartellen die erforderlichen Aufschlüsse verlangen und das gesammelte Material danach veröffentlichen würde, unter Hervorhebung, in welchen Punkten der Bericht wegen Verweigerung von Angaben durch diese und jene Kartelle unvollständig sei, würde man schnell zu Erfolgen kommen. Unglücklicherweise sind die Verbraucher überall zu wenig organisiert, um ihre Interessen verteidigen zu können. Die Erzeugnisse der Kartelle sind jedoch oftmals Rohwaren für viele Industriezweige, die anderer Zwecke wegen fest zusammengeschlossen sind. Die Führer dieser Industriezweige könnten, wenn sie wollten, die Initiative zu einer für sie selbst wertvollen, unparteiischen Kontrolle für die Wahrung der Interessen der Allgemeinheit ergreifen.»

Wir wollen uns in diesem Zusammenhang nicht länger bei den Vorschlägen aufhalten, die Salter für Massnahmen entwirft, durch die man den Mangel an Planmässigkeit beheben kann, der das Wirtschaftsleben unserer Tage kennzeichnet. Er fasst sie unter der Bezeichnung «Kollektive Führung und Kontrolle» zusammen, worunter sowohl staatliche wie zwischenstaatliche Eingriffe verstanden werden, wie auch das Zusammenwirken von Körperschaften verschiedener Art; — u. a. setzt Salter grosse Hoffnung auf sogenannte Nationale Wirtschaftsräte, die als Vertreter der gesamten Wirtschaft dienen und die Regierungen unterstützen sollen. Was einen Genossenschafter beim Durchlesen des oben wiedergegebenen Zitates und übrigens Salters ganzem Buch auffällt, ist vor allen Dingen, dass die konsumgenossenschaftliche Bewegung nicht mit einem Wort erwähnt wird, ja, dass Salter sogar ausdrücklich hervorhebt: «Unglücklicherweise ist die Allgemeinheit und sind die Konsumenten überall unzureichend organisiert, um ihre Interessen wahren zu können.»

Wenn man aber weiss, dass die britische Genossenschaftsbewegung 6.6 Millionen Mitglieder umfasst, also etwa die Hälfte der Landesbevölkerung, sowie dass die englische und schottische Grosseinkaufsgesellschaft (C. W. S. und S. C. W. S.) 1931 Güter im Werte von ungefähr 100 Millionen Pfund Sterling verkauften, ist man erstaunt, dass ein so guter Kenner der gegenwärtigen Wirtschaftsverhältnisse wie Sir Arthur Salter der genossenschaftlichen Bewegung die Fähigkeit ableugnet, als Regler des Wirtschaftslebens in Grossbritannien zu wirken.

Der Verfasser dieser Zeilen schrieb vor einiger Zeit an Sir Arthur Salter mit der Bitte um Erklärung, weshalb er die Bemühungen der konsumgenossenschaftlichen Bewegung, lokale, nationale und internationale Monopole zu durchbrechen, gänzlich unbeachtet gelassen habe. In der Antwort wurde u. a. hervorgehoben: «Die Genossenschaftsbewegung in Grossbritannien dient in Wirklichkeit diesen Zielen nicht in dem Ausmasse, das ich für wünschens-

wert halte, da sich die Gewohnheit gebildet hat, eine hohe Rückvergütung zu gewähren, anstatt zu versuchen, die Kleinhandelspreise auf das erreichbar niedrigste Niveau zu senken.» Salter unterstreicht also einen kennzeichnenden Zug des britischen Genossenschaftswesens, der viele Male in der nichtenglischen genossenschaftlichen Presse hervorgehoben wurde und den auch John Downie in seiner grossen Kongressrede einer kritischen Prüfung unterzogen hat: Die britischen Konsumvereine haben sich auf eine so hohe Rückvergütung festgelegt, dass sie im eigentlichen Sinne nicht preisregelnd wirken können. Man möchte nur hoffen, dass Downies überzeugende Beweisführung, die übrigens auch von verschiedenen anderen führenden Genossenschaftern in Grossbritannien vertreten wird, in recht vielen Köpfen Eingang findet, damit auch die britischen Genossenschaften einen wirksamen Preisdruck ausüben können, durch den der allgemeine Preisstand zu Nutz und Frommen des Volkshaushaltes in seinem vollen Umfange geregelt werden kann.

2.

Soweit Sir Arthur Salters Recovery. Wenn wir nun wieder zu H. G. Wells vorgenannter wirtschaftlich-sozialer Weltübersicht übergehen, so finden wir auf jeden Fall zu unserer vollsten Zufriedenheit, dass er in seinem Buch der genossenschaftlichen Bewegung den ihr gebührenden Platz einräumt.

Für Wells sind die Genossenschaften nicht nur ein Verteilungsapparat für Milch, Fleisch, Schnürsenkel usw., — sondern eine soziale Bewegung mit weiten gesellschaftsgestaltenden Zielen. «Die genossenschaftliche Kleinhandelstätigkeit ist nur eine Seite einer konstruktiven Bewegung von sehr grosser Bedeutung» im Wirtschaftsleben unserer Tage. Wells gibt eine kurze Uebersicht über die Geschichte der Bewegung, an deren Anfang nach altem Brauch, auch bei Wells, Robert Owen gesetzt wird, und macht eine Reihe von Zahlenangaben über diese Bewegung, deren internationales Organ, Der Internationale Genossenschaftsbund nicht ohne Grund ein «Völkerbund im Kleinen» genannt wird (B. Lavergne). Bei der Schilderung des Charakters der Bewegung und ihrer Zukunftsaussichten nimmt Wells die britische Genossenschaftsbewegung zum Ausgangspunkt für seine Gedanken und schreibt:

«Es gibt sechs Millionen genossenschaftlich zusammengeschlossene Verbraucher in Grossbritannien. Wie viele von ihnen sehen in der Genossenschaft noch etwas anderes als eine Quelle, die eine sehr angenehme «Rückvergütung» gibt? Achtundzwanzig Millionen genossenschaftlich Organisierte [1]) könnten eine ausserordentliche Kraft entwickeln, um einen genossenschaftlich aufgebauten Weltstaat oder wenigstens ein derartiges Europa zustande zu bringen; aber wie viele von diesen 28 Millionen würden sich auch nur die Mühe machen, sich einer öffenlichen Kundgebung zu ihrem eigenen Vorteil anzuschliessen? Die Bewegung ist vorwärts gekommen dank der leidenschaftlichen Hingabe einiger Hundert oder tausend Männer. In welchem Umfange hat deren eigene Begeisterung unter den Mitgliedermassen der Bewegung um sich gegriffen? Aus eigener Erfahrung kann ich bezeugen, dass, obwohl jeder achte erwachsene Engländer Mitglied eines Konsumvereins ist und ich ganz offen mit Menschen aller Art gesprochen habe, ich doch niemals auch nur eine einzige Stimme gehört habe, die ihrem Stolz über die Mitgliedschaft in einer so grossen Bewegung Ausdruck verliehen hätte.»

Wie deutlich erkennbar wird, heben sowohl Wells wie Salter hervor, dass die «Jagd nach der Rückvergütung» einer der hervorstechendsten Züge im englischen Genossenschaftsleben geworden ist, und dass es aus diesem Grunde viel von seinem sozialen Pathos verlieren musste, während gleichzeitig dessen preisregelnde Fähigkeit untergraben worden ist. Andererseits muss man Downie beipflichten, wenn er sagt, «dass Wells Unglück in seinen Gesprächen mit Genossenschaftsmitgliedern gehabt habe», denn jeder, der mit den Verhältnissen im britischen Genossenschaftswesen vertraut ist, hat Kenntnis von der weit ausgebauten Schulungs- und Aufklärungsarbeit, die dort geleistet wird und unzweifelhaft bedeutende Erfolge in Form eines erhöhten Interesses der Mitglieder gehabt hat. Wells gibt übrigens selbst zu, dass er seine Erfahrungen in Südengland gesammelt hat, und dass er weiss, dass die Verhältnisse in Nordengland und Schottland andere sind.

Aber selbst wenn es nicht gerechtfertigt ist, über mangelndes Interesse seitens der Mitglieder der britischen Konsumvereine zu klagen, so kann man doch mit Fug und Recht, wofür Wells und Downies Ausführungen Ausdruck sind, den Gegensatz bekritteln, der in der Bewegung zwischen Worten und Taten zutagetritt. Letzten Endes geht dieser Gegensatz, der in einer fleissigen Umschreibung der Grundforderung eines «genossenschaftlichen Weltreiches» einerseits und einer praktischen Geschäftstüchtigkeit unter handgreiflicher Wirklichkeitsbetonung andererseits gipfelt, auf besondere Charakterzüge des Briten überhaupt zurück. Innerhalb der Genossenschaftsbewegung geht dieser Gegensatz bis auf das berühmte Manifest und die Arbeitsregeln der bekannten Rochdaleweber zurück; das Ziel war ein Owensches Gemeinwesen, während die Tagesarbeit sich darauf beschränkte, Lebensmittel auf billige Weise anzuschaffen. Man einigte sich mit anderen Worten auf ein fantastisches Ziel, das scheinbar die Herzen anfeuerte und die Schwachen in ihrem Kampf ums Dasein stärkte, aber gleichzeitig begann man die Verwirklichung des Zieles auf eine Weise, die zwar an sich vorzügliche Ergebnisse erzielte — zu dem vorgenommenen Ziele aber nicht führte.

Die Arbeitsregeln der Weber erwiesen sich als tauglich und fanden Nachahmung in einem Ausmasse, das sie sich wohl nicht träumen liessen. Aus dem Senfkorn ist ein mächtiger Baum geworden, der sich höher und höher gen Himmel reckt. Die Weber strebten nach einem Nebelgebilde, das sie « selbstversorgende Kolonie » nach Owen'schem Muster nannten; die über 6 Millionen zählende britische Genossenschaftsbewegung von heute verkündet, dass sie einem ganzen Himmelsgewölbe zuwächst, das man «Das genossenschaftliche Weltreich» nennt. Wells hat das bestimmte Gefühl, dass alles dies Gerede von einem «genossenschaftlichen Weltreich» nur ein Lippenbekenntnis ist, das nicht in irgend einer festen Ueberzeugung wurzelt, auf jeden Fall nicht irgendwelchen klaren Vorstellungen entspringt, was dieses zukünftige Ziel in Wirklichkeit bedeuten würde. Eigenartig genug scheint er als Ideal anzusehen, dass die Ueberzeugung der

[1]) Wells gibt an, dass der I. G. B. durch die angeschlossenen Organisationen 28 Millionen Mitglieder zählt. Gegenwärtig beträgt die Zahl nicht weniger als 70 Millionen, von diesen mindestens 50 Millionen in rein konsumgenossenschaftlichen Organisationen.

genossenschaftlich organisierten Konsumenten so stark wäre, dass man durch eine blosse Meinungsäusserung Europa zu einer Art «Genossenschaftlich vereinigte Staaten von Europa» verwandeln könne, was ja ohne Zweifel ein geradezu phantastischer Plan ist.

Downie, der sich auch vollkommen im Klaren ist über den eigenartigen Gegensatz zwischen der genossenschaftlichen Vulgärideologie und der praktischen Alltagsarbeit der Bewegung, geht verständigerweise den entgegengesetzten Weg und schlägt vor, dass man sich «gänzlich von dem schwer zu umreissenden Begriff «Das genossenschaftliche Weltreich» trenne», und zwar mit der Begründung, dass dieser Begriff «ins Schiboleth-Stadium getreten sei, nichts oder zu viel bedeute und nur das Denkvermögen verdunkle».

(Schluss folgt.)



Bauern- und Arbeiterbund Baselland.

Nachdem der «Bauern- und Arbeiterbund Baselland», das offizielle Organ des Allgemeinen Consumvereins beider Basel für die Mitglieder des Birsecks (neben dem «Bauern- und Arbeiterbund Baselland» wurde auch das «Genossenschaftliche Volksblatt» verteilt) neununddreissig Jahr erschienen war, stellte er am 23. Dezember 1932 sein Erscheinen ein.

Ueber die Gründung der Partei «Bauern- und Arbeiterbund» und die Entstehungsgeschichte und weitere Entwicklung des Blattes lesen wir in der letzten Nummer des Blattes:

«Die Notlage der arbeitenden Klasse und vor allem des Bauernstandes forderte gebieterisch eine Regelung des Steuerwesens, um die immer mehr zunehmende Verarmung zu bekämpfen. Mit hoher Begeisterung war darum das gesamte arbeitende Volk, Bauer wie Arbeiter, für das neue Werk, das den Zweck haben sollte, der zunehmenden Bodenverschuldung den Riegel zu stossen, eingestanden. Man hoffte auch auf einen wirtschaftlichen Aufschwung für den ganzen Kanton. Leider gingen die gehegten Erwartungen nicht in Erfüllung. Die Hypothekenbank, die nach der neuen Verfassung mit etwas höheren Steuern belastet wurde, versuchte diese Belastung mit einem Aufschlage des Hypothekenzinsfusses zu kompensieren, welches Vorgehen eine gewaltige Gährung heraufbeschwor und zum grossen Teil Veranlassung gab zu dem berühmten Volkstage von Muttenz. Es war am 30. Oktober 1892, als diese von über 1000 Mann aus allen Teilen des Kantons besuchte und von Xaver Feigenwinter geleitete Tagung stattfand. Das Hauptreferat an dieser Tagung hielt Stefan Gschwind, der in beredten Worten die dazumalige Notlage schilderte, der in der Hauptsache durch die Verstaatlichung des Hypothekarwesens begegnet werden könne.

Die erste Nummer des «Bauern- und Arbeiterbund Baselland» erschien am 1. Dezember 1892, am Kopfe das vom Nationalrat Th. Curti verfasste Gedicht «Vom Himmel fiel ein goldner Pflug» tragend. Schon die erste Nummer liess erkennen, dass es dem Vorstande des Bundes, als verantwortlichem Herausgeber des Blattes, ernst war mit den geforderten Reformen, und scharf geisselte man die Praktiken, die die Hypothekenbank ihren Schuldnern angedeihen liess. An der Vertrauensmännerversammlung vom 7. Mai 1893 wurden die Zweckbestimmungen des Bundes dahin erweitert, dass auch die Unterstützung des Genossenschaftswesens als Hauptzweck des Bundes ins Programm aufzunehmen beschlossen wurde. Mit begeisterten Worten wurde bei diesem Anlasse von der segensreichen Wirkung des Allgemeinen Consumvereins Basel Erwähnung getan, wie derselbe gewaltige Summen in Form von Rückvergütungen in Tausenden von Kanälen in die tiefsten Schichten der Bevölkerung fliessen lasse, wo sie nutz- und segenbringende Verwendung fänden.

Die Nummer des 24. Dezember 1898 war die letzte, die Stefan Gschwind redigierte.

Die erste Nummer des Jahres 1899 zeichnete Arnold Gisiger als neuer Redaktor, der dem Blatt die gleiche Kost zu geben versprach.

So blieb es auch bis Mai 1916, wo auf Antrag der Gruppe Arbeiterbund in der Konsumgenossenschaft Birseck beschlossen wurde, dass all und jede Politik aus den Spalten des Blattes zu verschwinden

Tagebuchblätter
aus dem Genossenschaftlichen Seminar
(Stiftung von Bernhard Jaeggi)

(Schluss.)

Von den letzten Ereignissen.

Die drei Monate gingen dem Ende entgegen, man wusste nicht, mit welchem Express! Auf einmal hiess es: Examenszeit — Schlussfeier — Reisetag!

Es war dieses Jahr zum ersten Mal so, dass der Schweizerkurs eine Diplomprüfung zu bestehen hatte. Das gab freilich dem ganzen Kurs einen besonders vornehmen und bedeutenden Klang! Aber natürlich auch für manche besonders Herzklopfen, weil sie meinten, das Herzklopfen gehöre nun einmal unbedingt mit zu einem jeden Examen! Das Diplom hingegen hätte man auf keinen Fall verscherzen mögen; so hat z. B. eine sogar die Taufe in Bern, bei der sie hätte «Gotte» stehen sollen, hinausschieben lassen — eben nur deshalb, um das Diplom nicht zu verpassen. Auch sonst hat sich niemand dispensieren lassen von den Examen. Man wollte also aus eigenem Antrieb zeigen, was man kann, dass man tüchtig ist in Theorie und Praxis. Aber nun wurde auch noch drauflos gelernt. Am Abend nach dem Nachtessen brauchte man das Radio gar nicht mehr einzustellen und das Tischtennis nicht mehr aufzuspannen; im grossen Saale sass man über seinen Büchern oder Heften. Herr Dr. Jaeggi kam Abend für Abend nach seiner strengen Arbeit im V. S. K.-Bureau oder nach seinen Reisen, um nach seinen Seminaristinnen zu sehen. Die eine oder andere hat vor ihm bereits voraus Prüfung bestanden. Auf allen möglichen Gebieten stellte er Fragen; konnten sie antworten, sagte er zufrieden: «Sie kommen durch», — konnten sie es nicht: «Sie fallen durch». Da ging es neuerdings hinter Bücher — jede **musste** doch durchkommen.

Am 13. Dezember — es war ein Dienstag — war man früh auf. An der Tür des grossen Saales hing eine schwarze Aufschrift: Schriftliche Prüfungen! Um 7.20 Uhr standen alle 50 Kandidatinnen vor ihrem numerierten Platz, die einen voll freudiger Erwartung der Aufsatzthemen, die da kommen würden, die andern voll Herzklopfen und Aufregung. Ein Lied löste die allgemeine Spannung der Gemüter; dann wurden die Themen bekannt gegeben. Nach 1½ Stunden und einer Tasse heissen Tees setzte man sich hinter die Rechnungsaufgaben und wieder nach 1½ Stunden und keinem Tee an das Buchhaltungsproblem, währenddem Examinatoren und Experten gleich an die Korrektur der ersten Aufgaben gingen. Vorne im Lehrerzimmer waren all die «Kostbarkeiten» von Arbeiten sorgsam aufbehalten und der Zutritt jeder Kandidatin untersagt. Dort braute man auch die folgenden Tage die Geheimnisse über Erfolge und Misserfolge zusammen.

Dienstag Nachmittag und Mittwoch ruhte der allgemeine Schwerpunkt des Freidorfes im Haus No. 83. Wer dort nicht wusste wie man sagt: «Que désirez-vous, Madame» oder «Que vous faut-il encore, Monsieur?» und noch viel schwerere Dinge etwa — oder wer im Rechnen den Kopf verlor oder in der Genossenschaftskunde und Erziehungslehre die Rochdale-Pioniere oder Pestalozzi vergessen hatte, dem stieg freilich das Blut in den Kopf!

hätte und dass dasselbe fortan nur genossenschaftlich-wirtschaftlichen Zielen zu dienen habe.

Bei der Fusion der Konsumgenossenschaft Birseck ging das Organ an den Allg. Consumverein beider Basel über, und seit 1. Januar 1920 figurierte letzterer als verantwortlicher Herausgeber des Blattes, das nun neben dem «Genossenschaftlichen Volksblatt» bald als überflüssig und als Doppelspur empfunden wurde. Als Inseratenblatt für die landwirtschaftlichen Artikel der Zweigverwaltung Oberwil leistete der «Bauern- und Arbeiterbund» bis dahin gute Dienste; manchem Landwirt war er seiner lehrreichen Artikel und nicht zuletzt des «Baschiheiri» wegen ans Herz gewachsen.

Herrn Arnold Gisiger, der während 34 Jahren die Freuden und Leiden als Redaktor des Blattes gekostet, gebührt für seine Arbeit wärmsten Dank. Er hatte seine Aufgabe stets verstanden, und mit Genugtuung darf er seinen Redaktorenstift beiseite legen.»

Die Doppelspurigkeit durch die Zustellung von zwei Blättern, die das Gleiche wollen und dem gleichen Ziele dienen, ist damit aufgehoben. In Zukunft wird den Mitgliedern des Birsecks nur noch das «Genossenschaftliche Volksblatt» zugestellt werden.

Zugaben im Kaffeehandel.

Wohl kein Artikel lässt sich von der Hausfrau so schwer beurteilen, wie Kaffee. Allein in Santoskaffee gibt es 19 Sorten, und dabei ist «Santos» bloss eine von 70 Provenienzen! Die Hausfrauen können sich nun ein ungefähres Bild machen, wie schwierig es für den Nichtfachmann ist, alle die vielen Kaffeeangebote zu bewerten, zumal die einzelnen Provenienzen in der Qualität und im Preise sehr stark variieren. Diesen Umstand machen sich nun diejenigen Firmen zunutze, die Kaffee mit Hilfe von Zugaben und Extrarabatten anbieten. Bei einer entsprechenden Kalkulation ist es möglich, trotz der Zugaben von Tassen oder Bestecken an Kaffee noch sehr viel zu verdienen, denn keine Hausfrau ist in der Lage, festzustellen, wie sich der Preis des Kaffees zum Wert der Zugabe verhält.

Aus diesem Grunde erblicken die seriösen Kaffeefirmen ihren Ehrgeiz darin, Kaffee ohne die verpönten Zugaben, aber dafür zum richtigen Preis und in entsprechender Qualität zu verkaufen. Der Verband zur Bekämpfung des Zugabewesens empfiehlt nun, Kaffee nicht in den Geschäften zu kaufen, bei welchen infolge der «Geschenkzugaben» der eigentliche Wert des Kaffees nicht ermittelt werden kann.

Volkswirtschaft

Die Lehren der jetzigen Währungsexperimente.

(Mitgeteilt.)

Der Preisfall ist die Ursache alles wirtschaftlichen Unglücks. Man stabilisiere die Preise, und die Konjunktur kommt wieder auf festen Boden, die Geschäfte beleben sich, die Kauflust wird wieder normal, die Arbeitslosigkeit wird verschwinden. Dieses Evangelium predigen bekanntlich manche Währungsreformer mit unermüdlichem Eifer, aber es findet auch bei vielen Kaufleuten und Praktikern des Wirtschaftslebens gerne Glauben. Denn der Preisrückgang schafft überall Verlegenheiten und Verluste: kein Wunder, dass man sich vom Aufhören des Preisfalls das Aufhören der Wirtschaftskrise verspricht.

Nun hat man in Oesterreich die Probe aufs Exempel gemacht. Man hat die Preise zwar nicht absichtlich stabilisiert, aber man hat den Schilling sich entwerten lassen, und dies hat zur Folge gehabt, dass die Preise seit Jahresfrist nahezu stabil geblieben sind. Die Statistik der Lebenshaltungskosten erzeigt für 1931 in Oesterreich einen Index von 106, für 1932 von 108 Prozent gegenüber der Vorkriegszeit. Es ist also sogar eine kleine Preissteigerung eingetreten, die gewöhnlich zur Belebung der Geschäfte führt. Und der Erfolg? Die Zahl der unterstützten Arbeitslosen ist auf einen noch nie erreichten Gipfel gestiegen. Auf Jahresende 1932 wurden in Oesterreich

---

Donnerstag und Freitag stürzte man sich abwechslungsweise zu dreien in blendend weisse Berufsschürzen, um im Freidorfladen über Wissen und Können in Waren- und Verkaufskunde 50 Minuten lang Auskunft zu geben. Da der Laden sehr geräumig ist, war es möglich, in drei Gruppen zugleich zu prüfen. Jede dieser Gruppen bestand aus Examinator, Experte oder Expertin und der Kandidatin, eventuell noch anderer eminenter Persönlichkeiten aus dem Kaufmännischen Verein oder dem Baselstädtischen Erziehungskörper.

Während die letzten Prüflinge aus dem Alphabet noch im Vestibül klopfenden Herzens auf die Zulassung warteten, bereiteten sich im grossen Saale drüben schon andre Dinge vor. Geheimnistuerisch rannten die verschiedenen Fräuleins hin und her, bald mit Kleidern unter dem Arm, bald mit irgend einer Rolle oder einem Musikinstrument. Weiss nicht, von irgendwoher müssen sie es erfahren haben, dass man in früheren Kursen, anlässlich der Schlussfeier, sich produzieren konnte, — und das Examen hat, wie es scheint, dazu nicht genug Gelegenheit geboten — sagen wir nicht allseitig genug und nicht vor genügend vielen Menschen. So wurde drauflos geübt: Reigen, Volkstänze, Lieder, humoristische Schwänke usw. — ganz stille zwar, dass wir Samstag abends bloss staunten über die flotte Abwicklung eines beinahe unerschöpflichen Programmes, das nicht weniger als 24 Nummern umfasste.

Der grosse Saal war von geladenen Gästen, die alle irgendwie zum Gelingen des Kurses beigetragen hatten, beinahe besetzt, als man begann, das Abendessen zu servieren. Es wurde köstlich gewürzt durch Humor und Witz und Musik. Zum Eingang der Abendfeier sang der Kurs **sein** Lied; aus voller Seele klang es:

Rote Wolken am Himmel,
Und im Tale der Föhn,
Und i freu mi, ja freu mi,
Dass der Morgen so schön.
Rote Rosen im Garten,
Weisse Lilien im Tau,
Und i freu mit, und i freu mi,
Dass der Himmel so blau.
Wilde Rosen am Hügel,
Reife Beeren im Hag,
Und i freu mi, ja i freu mi,
Am sonnigen Tag.
Sie sagen, der Herbst kommt,
Und das Laub fällt vom Baum,
Und die Freude, ja die Freude
Vergeht wie ein Traum.
Kommt der Herbst, kommt der Winter,
Hab i dennoch mei Freud,
Denn ein jeder neue Frühling
Bringt die Rosen zurück.

Es folgten: «Die gelungene Chöchi», «Uf und drus», «Das erst grau Haar», «Frl. Rechtsanwalt», Damenfeuerwehr, Damenturnen aus dem 18. Jahrhundert usw.

Und zwischenhinein schlich sich mal ein wunderbar feierlicher Augenblick: auf allen Tischen brannten plötzlich wie auf ein gegebenes Zeichen viele weisse und rote Kerzlein — die Lampen wurden gelöscht — auf dem Piano wurden die Akkorde angeschlagen, und schon schwebte über den Menschen im Saale das Heilig-Nacht-Lied. Man ahnte aus der ganzen Stimmung **ein** Gefühl der Harmonie, des Einigseins

367,829 unterstützte Arbeitslose, etwa 38,000 mehr als Ende Dezember 1931, gezählt. Im Verhältnis zur Volkszahl ist in Oesterreich, wo die Preise seit einem Jahr stabil sind, die Arbeitslosigkeit etwa dreimal so gross als in der Schweiz, wo sie seit vorigem Jahre um mehr als zehn Prozent gesunken sind. Und die Arbeitslosigkeit ist in Oesterreich in einem Jahr stabiler Preise nicht gesunken, sondern noch gestiegen.

In Schweden befolgt man anscheinend mit Wissen und Willen dieselbe Politik, die man in Oesterreich wider Willen gemacht hat. Unter dem Einfluss von Professor Cassel hält die Schwedische Staatsbank die schwedische Währung auf einem Stande, der den durchschnittlichen Preisstand im Lande stabil erhalten soll und auch nach Angabe der Statistik ziemlich stabil erhält. Man hat aber noch nichts davon vernommen, dass diese Preispolitik die Krise in Schweden beseitigt oder auch nur abgeschwächt habe. Die schwedische Währungspolitik hat zur Folge, dass die Verteuerung der Auslandwaren durch eine übermässige Verbilligung der Inlandwaren ausgeglichen wird, und ob die schwedische Volkswirtschaft dabei ein Geschäft macht, ist noch fraglich.

Auch in England wollen die goldenen Früchte der Währungsentwertung noch immer nicht zum Vorschein kommen, wenigstens nicht in der gewünschten und erwarteten Menge. Wohl führt England etwas mehr aus, aber bei der Ausfuhr kommt es nicht darauf an, wieviel man ausführt, sondern wieviel man als Gegenwert erhält. Wenn England heute seine Erzeugnisse auf dem Weltmarkt dreissig Prozent billiger abgibt als früher, so erhält es dreissig Prozent weniger Gegenwert. Musste es früher fünfzehn Tonnen Steinkohlen für eine Tonne ausländischen Zuckers liefern, so muss es heute zwanzig liefern.

Nun laufen die Dinge zwar nicht so schematisch ab, dass jeder Verminderung des Währungswertes eine Leistungsverminderung des Auslandes haarscharf entsprechen würde. Zweifellos geht in vielen Fällen und wahrscheinlich in den meisten Fällen das Geschäft für England etwas günstiger ab. Dennoch bleibt die grundlegende Tatsache bestehen, dass der internationale Warenhandel im Grunde ein Tauschen der Waren ist und dass jede englische Währungsverschlechterung sich dahin auswirken muss, dass England für seine Waren einen geringeren Gegenwert bekommt. Es ist daher sehr begreiflich, dass die englische Einfuhr stark abnimmt, und dass trotzdem aus dieser verminderten Einfuhr keine vermehrte Beschäftigung der englischen Industrie hervorgeht. Denn auch in England blieb bisher trotz der stabilen Preislage die Zahl der Arbeitslosen auf einer erschreckenden Höhe.

Alle diese Erfahrungen zeigen, dass man mit dem blossen Manipulieren des Preisstandes nicht über die Krise hinwegkommt. Der Fall der Preise ist zwar eine Erscheinung, die die Krise verschärft, aber er ist nicht die Ursache der Krise. Er ist das Fieber, das den Kranken aufs Bett wirft, aber das Fieber selber ist nur die Folge der eigentlichen Krankheit. Wie so manches Fieber die Folge einer falschen Lebensweise ist, so ist auch der Preisfall die Folge einer falschen Wirtschaftsführung.

Die Preise von Weizen und Baumwolle, von Gummi, Kaffee, Kupfer, von Platin und Quecksilber sind nicht durch blossen Zufall oder durch die Schuld der Notenbanken so unerhört tief gesunken. Sie sind vielmehr deswegen so billig geworden, weil die Produzenten jahrelang eine falsche Preis- und Produktionspolitik betrieben haben und weil die übermässige Billigkeit dieser Preise das einzige Mittel ist, um die falsche Politik der Produzenten zur Umkehr zu zwingen. Die Meinung, man könne die unvermeidlichen Konsequenzen menschlicher Habgier und Dummheit mit allerlei Papiergeldkünsten aus der Welt zaubern, ist ein voreiliger Trugschluss.

Indexziffer des V. S. K. Die vom Verband schweiz. Konsumvereine berechnete Indexziffer der Kleinhandelspreise steht mit 117,3 Punkten (1. Juni 1914 = 100) am 1. Januar 1933 um 1,4 Punkte tiefer als am 1. Dezember 1932 und 13,9 Punkte tiefer als am 1. Januar 1932. Der erneute Rückgang innert Monatsfrist ist in der Hauptsache auf Preisabschläge der Milch (in drei Städten), des Kalbfleisches, des Schweinefleisches und des Arachidöles zurückzuführen.

---

und des Friedens — es war die Macht des Weihnachtsgeheimnisses, die Gross und Klein alle Dezember wieder neu packt.

Die Feier dauerte lange — bis in den Morgen hinein — und es wurde noch viel getanzt, bis endlich der Nachtwächterruf auf der Bühne erscholl: «Hört Ihr Herren und lasst Euch sagen — unsre Glock hat 3 geschlagen ...»

Und dann fuhren der Autobus und der blaue Wagen zur letzten Tournée mit den letzten Gästen der Stadt zu, während unsere Fräuleins den letzten Freidorfschlaf in den Sonntag hinein träumten. Als sie erwachten, war wieder die nackte Wirklichkeit im grossen Saal:

50 Stühle für die Diplomierten, auf der Bühne Stühle für die Examinatoren und auf dem Tisch die Diplome und Atteste — kein Restchen des vergangenen Festes war von den Putzgeistern übrig gelassen worden! Man war so ganz nüchtern und sah klar das Diplom; ob es gut, ob es weniger geglückt war, wusste man nicht — und dann die Abreise, der Abschied vom Freidorf und von Basel.

Herr Dr. Jaeggi, der Stifter des Seminars, genannt Vater Jaeggi, hat in liebevollen Abschiedsworten die betrübten Herzen getröstet und die Diplome zugleich mit einer Bonbonnière bedacht. Die Verteilung der prächtigen Preisschachteln erfolgte im indirekten Verhältnis zur Höhe der Noten: also wer die niedrigste Durchschnittsnote «erreicht» hatte, bekam die grösste Schachtel; es waren dies:

Fräulein Marie Bächler, Emmenbrücke (Luzern);
Fräulein Maya Fellmann, Kreuzlingen;
Fräulein Anna Hubmann, Grenchen b. Oberburg;
Frau Leny Reimann-Ruegger, Wald (Zürich);
alle mit der Durchschnittsnote 1,05.

Dann stiegen die Durchschnittsnoten bis zu 2,20, der Wert der Schokolade sank bis auf Fr. 2.20! und so war ein Ausgleich geschaffen. Man liess sich gratulieren von viel anwesenden Bekannten und Verwandten und Lehrern und nahm Abschied vom Freidorf. Autoweise reiste man dem Bundesbahnhof zu — 12,28, 13,30, 14,48 etc. bis abends die Letzte im Badischen Bahnhof beinahe das Sekretärinnenköfferchen aus Versehen mitgenommen hätte! — Nein, es war nicht die Allerletzte — die lag ja noch im Bürgerspital an ihrem Blinddarm krank — aber es ging ihr gut, und bald konnte sie auch das Diplom samt erstrangiger Bonbonnière in Empfang nehmen. Es war Frl. Margrit Neidhart aus Flawil, ebenfalls mit der Durchschnittsnote 1,05.

Und nun sind Wochen darüber — eine lebhafte Korrespondenz hat begonnen — die einen schreiben von Heimweh, die andern von grosser Freude am Beruf.

Ich aber möchte den einen wie den andern des grossen Fritjof Nansen Worte als Vermächtnis mit in Leben und Beruf geben:

Es gibt eine Schuld — Misstrauen,
Eine Sühne: Dienst am Bruder.
Es gibt eine Hilfe: Glaube und Vertrauen
Und eine treibende Kraft:
Sehnsucht nach dem Unbekannten.
Es gibt eine grosse Lehre:
Einsamkeit, Schweigen, Horchen ...
Es gibt eine hohe Schule: das Leiden!
Es gibt eine siegreiche Waffe: die Güte!
Es gibt eine Tat — sie heisst Hingabe!
Hingabe ist Erfüllung des Lebens!

G. P.



Werbeaktionen.

Die letzten Vorbereitungen zu unserer Werbewoche sind in vollem Gange. Der Erfolg dieser Werbeaktion hängt zum grossen Teil davon ab, wie sie von den einzelnen Vereinen durchgeführt wird. Mit welcher Hingabe sich die österreichischen Genossenschafter an diese genossenschaftliche Arbeit gemacht und vor allem welche Erfahrungen sie aus ihr gewonnen haben, lesen wir im «Freien Genossenschafter», Wien. Die Ratschläge, die hier gegeben werden, sind gerade im jetzigen Augenblick eines näheren Studiums wert.

In einigen Ländern werden regelmässig jedes Jahr Werbewochen durchgeführt, die meist einen Monat dauern und in denen die gesamte Werbekraft und alle Werbemittel der Genossenschaftsbewegung in den Dienst der Gewinnung neuer Mitglieder gestellt werden. Gewiss hat eine derartige Konzentration der Werbemittel eine ähnliche Wirkung wie ein Blickfänger in einem Schaufenster. Man zwingt die Oeffentlichkeit, sich intensiv mit einer Idee zu beschäftigen. Sie hat den Nachteil, dass meist nach der Werbewoche eine vollständige Stagnation eintritt und überhaupt nicht geworben wird. Deshalb ist es gewiss wertvoller, wenn man imstande ist, die Werbearbeit dauernd zu erhalten, daraus ein wirkliches System zu formen, denn dann ruht die Werbearbeit niemals, und sie kann bis auf die kurze Spanne in den Sommermonaten das ganze Jahr hindurch durchgeführt werden. Leider aber gibt es viele Konsumgenossenschaften, die weder die eine noch die andere Methode verwenden, sondern einfach nichts tun. Sie meinen, wenn sie hie und da ein Fest veranstalten, wenn sie einmal einen Schmalfilm laufen lassen, dann sei für die Werbearbeit genug getan. Werbearbeit ohne Hausbesuch hat überhaupt keinen bleibenden Wert. Wo man nicht imstande ist, die Besuche wirklich zu organisieren, dort kommt man nicht vorwärts. Unsere Berichte, die mitgeteilt haben, dass im letzten Jahre in Oesterreich mehr als 60,000 Hausbesuche durchgeführt wurden, haben in der ganzen internationalen Bewegung das regste Interesse und die grösste Begeisterung erweckt, und selbst in der Sitzung des Zentralvorstandes in Genf wurde auf die ausserordentliche Leistung hingewiesen, die eine solche Ziffer darstellt. Wenn man aber weiss, an dieser Ziffer ist nur ein Bruchteil unserer Konsumgenossenschaften beteiligt, die übergrosse Mehrzahl der Hausbesuche werden vor allem von zwei Konsumgenossenschaften in Wien und in Linz gemacht, dann sieht man, was wir leisten könnten, wenn die Hausbesuche nicht auf Werbewochen beschränkt werden, sondern einfach die regelmässige Arbeit aller Mitgliederausschüsse sind. 60,000 Flugblätter «Der Regenbogen» wurden den Konsumgenossenschaften zugeführt, davon sind nur 10,000 in Wien geblieben, weil die Konsumgenossenschaft Wien noch grössere Vorräte von anderen Werbemitteln, vor allem von Broschüren hatte. Nun entsteht die Frage: Wie werden diese Flugblätter benützt? Werden sie wirklich zu den Hausbesuchen verwendet, die so unbedingt notwendig sind wie das tägliche Brot? Nein, sie werden leider manchmal in einer sehr ungeschickten Weise verwendet. In einer Konsumgenossenschaft wurden sie sogar an die Mitglieder in der Weise verteilt, dass man sie einfach auf das Verkaufspult gelegt hat, und die einkaufenden Frauen konnten sich eines mitnehmen. Das ist vollständig wertlos. Unsere Mitglieder bekommen «Haushalt und Heim» zugestellt, sie brauchen keine besonderen Flugblätter. Flugblätter sind nur für die Indifferenten. Das Mitglied, das ich schon habe, kann natürlich durch andere Methoden erhalten werden, es braucht keine Flugblätter. Ebenso ist die wahllose Verteilung von Flugblättern in den Versammlungen nicht richtig. Es muss gefragt werden: Sind Sie schon Mitglied? Und nur das Nichtmitglied soll Flugblätter erhalten. Da man aber ohne Hausagitation keine Nichtmitglieder in grosser Zahl erreicht, so verteilt man die Werbeschriften planlos. Die Flugblätter werden vor allem für die Hausbesuche geschrieben. Wir stellen auch die restlichen Exemplare von «Haushalt und Heim», die wir haben, weil oft mehr gedruckt werden, als wir bestellen, das kommt vor, kostenlos für Hausbesuche zur Verfügung. Aber nicht zur planlosen Verteilung.

Nun müssen wir heute feststellen: Wir brauchen neue Mitglieder, wir brauchen den restlosen Einkauf der vorhandenen Mitglieder in unseren Abgabestellen. Das muss nun unser Ziel sein. Propaganda ist nicht Luxus, sondern die Voraussetzung unserer Entwicklung. In Wien werden ständig neue Mitglieder gewonnen, da vergeht keine Woche ohne neue Mitglieder. Nun kann man nicht einfach sagen, wie es leider auch geschieht: «Das sollen halt unsere Mitgliederausschüsse machen, dazu sind sie da.» Die Mitgliederausschüsse können nur arbeiten, wenn sie ein Teil einer wirklich lebendigen Organisation sind. Sehr oft wünscht man die Lebendigkeit der Mitgliederausschüsse nicht, aber man wünscht, dass sie lebendige Agitatoren sind. Wir wollen nicht leugnen, wir haben Gebiete, wo es schwer ist, neue Mitglieder zu gewinnen, aber es sind doch nicht lauter solche Gebiete. Man denke nur einmal an die Eisenbahner, die noch sehr lange nicht zu 100 Prozent genossenschaftlich organisiert sind, man denke an die Strassenwärter, die Gendarmerie, Gemeindeangestellten, die in vielen Orten gewonnen werden können, und an viele andere Kategorien, die wir nicht aufzählen wollen.

Wie soll man nun eine solche Werbearbeit organisieren? Vor allem muss man sich ständig darum kümmern. Man muss jemand damit betrauen, da wir uns keine Sekretäre halten können, wie in den grossen Genossenschaften des Auslandes, damit jemand die grosse und ständige Sorge hat, sich mit diesen Fragen zu beschäftigen. Es muss an jeder Mitgliederausschussitzung, auch wenn nichts Besonderes vorliegt, immer jemand teilnehmen, der Anregungen gibt.

Nun kommt die Werbearbeit selbst. Wir wollen nicht davon sprechen, wie in vielen unserer Abgabestellen der Mitgliederkataster aussieht. Oft ist er seit langer Zeit nicht revidiert und die Mitglieder, die geführt werden, entsprechen nicht mehr den wirklich einkaufenden Mitgliedern. Ohne genauen Kataster gibt es keine Werbearbeit. Man muss nun von der Zentrale darauf dringen, dass der Kataster gut geführt wird und ständig in Ordnung bleibt. An der Hand dieses Katasters muss gearbeitet werden. Man muss feststellen, was die Mitglieder einkaufen, ob jemand nicht in die Abgabestelle kommt usw., und diese Mitgliederkontrolle muss durchgeführt werden, denn sie allein sichert uns den Umsatz der vorhandenen Mitglieder. Wenn das Mitglied ständig wieder bewiesen bekommt, wie gering seine Mitarbeit und wie wertvoll für die Erfüllung aller

Wünsche der Einkauf ist, dann wird man sehen, wie das Mitglied selbst damit beginnen wird, sich den Kopf zu zerbrechen, was könnte ich noch einkaufen, wie kann ich helfen.

Ebenso muss die Werbung neuer Mitglieder organisiert werden. Es genügt nicht, wenn das Vorstands- oder Aufsichtsratsmitglied an der Sitzung des Mitgliederausschusses teilnimmt und sagt, nun sollen die Mitgliederausschüsse in die Häuser gehen. Man muss nun einmal fragen, wie die Arbeit verteilt wird, wer gehen wird, welche Häuser jeder übernehmen will, wie viele Häuser es im Ort gibt, wo man noch kein Genossenschaftsmitglied hat usw. Wo man solche Mitglieder bereits hat, dort soll man die Mitglieder besuchen und sie bitten, die Werbearbeit zu unterstützen, indem sie selbst einmal das zu gewinnende Mitglied auffordern, den «GöC»-Kaffee oder die «GöC»-Nudeln zu kosten. Viele Frauen sind zaghaft, misstrauisch und wollen nicht tun, was andere Frauen tun, sie sind Eigenbrötler, solche Frauen müssen ständig bearbeitet werden, da kann man nicht mit einem Hausbesuch den Baum fällen. In der Werbearbeit gilt der Spruch: «Es gibt Festungen wie Lüttich, die gewinnt man sofort, es gibt Festungen wie Maubeuge, die muss man lange belagern, und es gibt Festungen wie Verdun, die sich überhaupt nicht ergeben.» Deshalb genügen die gelegentlichen Hausbesuche nicht. Man muss systematisch arbeiten, und das muss organisiert werden.

Und das muss jetzt geschehen! Wo Umsatzrückgänge zu verzeichnen sind, dort muss die Hausagitation organisiert werden, auch ohne allgemeine Werbewoche, vor allem in diesen Orten und für diese Abgabestellen. Leider wurde dies in vielen Konsumgenossenschaften vor Weihnachten versäumt! Gerade vor Weihnachten müssen wir werben, damit wir das Weihnachtsgeschäft in unsere Abgabestellen und unsere Warenhäuser führen. Aber noch kann vieles gerettet werden, wenn man für die Zeit nach Neujahr Werbeaktionen organisiert. Da jede Konsumgenossenschaft den Zeitpunkt wählen kann, muss man diese Zeit so wählen, dass sie den örtlichen Bedürfnissen am meisten entgegenkommt. Um die Werbearbeit in Fluss zu bringen, muss folgendes Kalendarium aufgestellt werden:

1. Sitzungen mit den in Frage kommenden Mitgliederausschüssen, denn es muss bei den schlechten Abgabestellen angefangen werden.

2. Genaue Aufteilung der zu werbenden neuen Mitglieder und der schlecht einkaufenden Mitglieder.

3. Festsetzung der Zeit für die Werbung: Innerhalb 14 Tagen, vier Wochen usw.

4. Auf jede neue Beitrittserklärung muss der Name des Mitgliedes geschrieben werden, das das neue Mitglied geworben hat. (Dadurch können die weniger werbefähigen ausgeschieden und die wertvolleren Mitarbeiter erkannt und mehr verwendet werden.)

5. Besprechung über alle Argumente, die in der Werbearbeit verwendet werden müssen. (Für die genossenschaftlichen Argumente gibt es Broschüren, die jederzeit verfügbar sind. Für die Fragen, wie Preispolitik, Warenqualität usw., gibt es keine Broschüren, die müssen mündlich weitergegeben werden. Die Konsumgenossenschaft Wien lässt nun von einem Vertreter der Warenabteilung in allen Bezirken in den genossenschaftlichen Bezirkskonferenzen über die Frage sprechen, damit alle Mitarbeiter die rechten Informationen haben und die rechten Argumente wählen.)

Nur so können die Mitgliederausschüsse werben, nur wenn man so arbeitet, haben sie einen wirklichen Wert. Das muss aber geschehen, und wir werden in unserem Verbandsbericht alle Konsumgenossenschaften veröffentlichen, die keine Werbearbeit geleistet und die keine neuen Mitglieder gewonnen haben. Wo ein Wille ist, dort ist ein Weg, und die Werbearbeit ist nun doppelt wichtig.

Dabei müssen auch unsere Angestellten mithelfen. Sie haben doch ein lebhaftes Interesse daran, dass wir nicht abbauen müssen, weil unsere Umsätze zurückgehen. Sie können ausserordentlich viel erreichen, wenn sie sich nur in den Abgabestellen um jedes einzelne Mitglied bemühen. In der kaufmännischen Presse wird ständig damit agitiert, der Kaufmann sei der Konsumgenossenschaft überlegen, weil die Angestellten die Hausfrauen weniger zuvorkommend und mit weniger Interesse behandeln als die Kaufleute. Sie seien Bürokraten, die sicher sitzen, und deshalb behandeln sie die Käufer nicht mit der Mühe, die notwendig ist, um sie zu gewinnen. Die Angestellten müssen es für ihre oberste Pflicht halten, alles zu tun, was sie können, um die Mitglieder restlos zu befriedigen. Sie sollen aber auch bei der Werbearbeit mithelfen. Was tausende Männer und Frauen aus reinem Idealismus jahrein und jahraus tun, das müssten sie auch tun können. Niemand opfert gern seinen freien Sonntag, seinen freien Tag in der Woche, jeder möchte auch gern einmal an sich denken. Aber wir sind doch keine Bürokraten, die ihre Stunden nur abzusitzen brauchen, wir sind Glieder einer grossen Bewegung, und wir haben alle die Verantwortung für diese Bewegung. Auch unsere Angestellten müssen werben, und auch sie sollten es für ihre grösste Leistung halten, wenn sie auch ihre freie Zeit zur Werbearbeit nützen. Jeder Angestellte, der ausserhalb seiner Arbeitszeit für die Genossenschaft arbeitet, der sollte auch von der Leitung mehr geschätzt werden als jene, die sich nicht bemühen und einfach nur ihre Arbeitszeit zur Verfügung stellen.

Unsere Devise muss sein: Anspannung aller Kräfte, die wir haben, Pflichterfüllung bis zum Aeussersten, nur dann können wir die Umsatzrückgänge trotz der Wirtschaftskrise überwinden und aufhalten. Es heisst, alle Mann an Bord, auch wenn es nicht SOS ist, sondern nur schwerer Seegang. Genossenschaftsleitungen, die sich nun nicht um die Werbearbeit bemühen, die verstehen den Ernst der Situation nicht. Wer aber erkennt, wie wertvoll die Hausbesuche für die Werbearbeit sind, wie sie allein alle privatwirtschaftliche Reklame überwinden, der wird die Schwierigkeiten, die nun bestehen, meistern können.

Unglaubliche Drückebergerei einer Versicherungsgesellschaft.

Sch. Wir erhalten von einem Verbandsverein folgende Rechtsfrage mit dem Ersuchen um Publikation und öffentliche Beantwortung:

«**Drittmannsversicherung:** Eine Konsumgenossenschaft hat mit einer Versicherungsgesellschaft eine sog. Drittmannsversicherung abgeschlossen. An einem kalten Wintertag gleitet ein Besucher des Konsumladens auf der gefrorenen Treppe desselben aus und bricht ein Bein. Die Konsumverwaltung meldet den Unfall bei der Gesellschaft an. Diese lehnt jede Vergütungspflicht ab, da der Verunfallte Mitglied der

Konsumgenossenschaft sei und nur Drittpersonen, also Nichtmitglieder, versichert seien. Ist die Genossenschaft nicht im Recht, wenn sie von der Versicherungsgesellschaft Schadenersatz für den Verunfallten verlangt?»

Antwort: Wir haben in erster Linie bei unserer Versicherungsabteilung konstatiert, dass diese Konsumgenossenschaft natürlich nicht durch die Versicherungsabteilung des V. S. K. ihre Drittmannsversicherung abgeschlossen hat. Leider gibt es noch viele Verbandsvereine, die diese Versicherungen irgend einem Lokalagenten zulieb, der einen gewissen Einfluss auf die Verwaltung oder Vorstandsmitglieder hat, ohne Vermittlung der Versicherungsabteilung des Verbandes vergeben. Dabei kann es ihnen dann passieren, dass sie mit unanständigen Versicherungsgesellschaften zu tun haben, die sich durch unglaubliche Interpretationen von Versicherungsklauseln im Schadensfalle um eingegangene Versicherungen zu drücken suchen. Hätte die betreffende Konsumgenossenschaft die Versicherung durch Vermittlung des V. S. K. abgeschlossen, so brauchte die vorliegende Frage nicht gestellt zu werden; denn bei den durch den V. S. K. vermittelten Verträgen ist es selbstverständlich, dass alle einkaufenden Personen, unabhängig davon, ob sie Mitglieder sind oder nicht, versichert sind und im Schadensfalle Anspruch auf Entschädigung haben. Da ja der Prozentsatz der Nichtmitglieder, die die Konsumvereinsläden besuchen, auch da wo an Nichtmitglieder verkauft wird, ein ganz geringfügiger ist, der zwischen ein bis zehn Prozent der Besucher schwankt, so hätte eine Versicherung, die nur auf die Nichtmitglieder Bezug hätte, gar keinen Sinn.

Das hier durch die eingesandte Frage geschilderte Verhalten einer Versicherungsgesellschaft sollte allen Verbandsvereinen, die ihre Versicherungen nicht durch den V. S. K. abgeschlossen haben, eine Warnung sein, dass sie in Zukunft ihre Versicherungen bei seriösen Versicherungsgesellschaften durch Vermittlung des Verbandes abschliessen, wo sie nicht Gefahr laufen müssen, in solchen Schadensfällen ihr Recht auf dem Prozesswege zu suchen. Die Versicherungsabteilung des V. S. K. kann natürlich mit anderem Nachdruck gegen vertragswidriges oder unbilliges Verhalten einer Versicherungsgesellschaft auftreten, als ein einzelner Konsumverein.

Im übrigen glauben wir, dass die betreffende Konsumgenossenschaft sich mit der Weigerung ihrer Versicherungsgesellschaft nicht abfinden, sondern auf dem Rechtswege vorgehen sollte. Jeder objektiv Denkende, also in erster Linie auch ein Richter, wird der Konsumgenossenschaft ihr Recht zusprechen und die Versicherungsgesellschaft zur Bezahlung verurteilen müssen.

Genossenschafts-Chronik

Frankreich. Dreissig Jahre Konsumverein Strassburg 1902—1932. Zur Würdigung dieses Ereignisses hat der Konsumverein Strassburg eine Festschrift herausgegeben, die neben einer kurzen Geschichte des Vereins viel gutes Bildermaterial enthält.

Im Jahre 1932 belief sich die Zahl der angeschlossenen Mitglieder auf über 58,000 und der Umsatz auf über 117,700,000. Die sehr rapide Entwicklung dieser Nachbargenossenschaft wird aus folgender Tabelle ersichtlich:

Am Schluss d. Geschäftsjahres	Mitgliederzahl	Abgabestellen	Umsatz
1928	40,241	93	70,210,500
1929	45,339	97	84,705,676
1930	50,430	103	92,878,695
1931	51,642	126	109,880,844
1932	58,161	136	117,730,847

Dem Konsumverein Strassburg ein genossenschaftliches Glückauf zum nächsten Jubiläum!

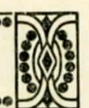
Grossbritannien. Die C. W. S. der grösste Müller in England. Laut einer Erhebung hat die englische Grosseinkaufsgesellschaft den Vorrang vor den bestehenden drei Mühlenkartellen als das grösste Mühlenunternehmen im ganzen Land. Ihr Umsatz beträgt ca. 22½% sämtlicher importierter und heimerzeugter Getreidemengen für den Inlandmarkt. Der verhältnismässige Anteil der drei Kartelle beträgt 20%, resp. 20% und 5%.

Italien. Angliederung der landwirtschaftlichen Genossenschaften an den Genossenschaftsverband. Abkommen zwischen der Vereinigung der italienischen Genossenschaftsverbände (Ente Nazionale fascista della Cooperazione) und der nationalfaschistischen Vereinigung der Landwirte. Durch dieses Abkommen werden die landwirtschaftlichen Genossenschaften in zwei Nationalverbänden inkorporiert, von denen der eine die landwirtschaftlichen An- und Verkaufsgenossenschaften und der andere die Genossenschaften zur Verwertung von Agrarprodukten umfasst. Beide Verbände werden dem nationalen Farmerverband sowie der «Ente» angegliedert sein und vom Farmerverband in technischen und wirtschaftlichen Angelegenheiten beraten werden, während die «Ente» sie in bezug auf ihre genossenschaftliche Organisation überwachen und unterstützen wird.

Jugoslavien. In Jugoslavien bestanden Ende 1931 32 Genossenschaftsverbände. Von diesen waren 21 wiederum zu einer höheren Einheit, dem Allgemeinen Verband der Genossenschaftsverbände des Königsreichs Jugoslawien, zusammengeschlossen. Die 32 Genossenschaftsverbände umfassten 7483 Einzelgenossenschaften, darunter 4407 Kreditgenossenschaften und 1217 meist landwirtschaftliche Konsum- und Bezugsgenossenschaften, die 7483 Einzelgenossenschaften ihrerseits wiederum 855,836 Einzelmitglieder.

Polen. Die Republik Polen besitzt eine stattliche Zahl von Militärkonsumvereinen, die zu einem Revisionsverband zusammengeschlossen sind und die Grosseinkaufsgesellschaft der allgemeinen Konsumvereine Polens auch ihrerseits als Grosseinkaufsgesellschaft benützen. Ende 1931 gehörten dem Revisionsverband alles in allem 295 Genossenschaften, davon 276 Konsumvereine, an. Die 276 Konsumvereine umschlossen 34,575 Einzelmitglieder, meist Offiziere, Unteroffiziere und Militärverwaltungsbeamte, und erzielten einen Warenumsatz von zusammen 34,237,683 polnischen Gulden (rund 20

Millionen Franken). Die Zahl der Verkaufsstellen belief sich auf 366, die Zahl der Angestellten auf 601. Die Warenvorräte beziffern sich auf 3,068,330, die Ausstände auf 2,633,783, die Anteilscheine auf 1,112,277 und die Reserven auf 2,109,244 Gulden. Nicht sehr genossenschaftlich ist die Verteilung des Reinüberschusses. Währenddem der Rückvergütungssatz nur in einem einzigen Falle 5 erreicht, beläuft sich die Verzinsung der Anteilscheine durchschnittlich auf 10%. Immerhin ist einzuräumen, dass die Zinssätze in Polen im allgemeinen merklich höher liegen als in unserem Lande, und dass nichtsdestoweniger der absolute Betrag der Rückvergütungen mit 338,460 Gulden (bei einem Gesamtreinüberschuss von 906,043 Gulden) etwa fünfmal so gross ist als der Betrag, der für die Verzinsung der Anteilscheine Verwendung findet (67,975 Gulden).

Verbandsnachrichten

Aus den Verhandlungen der Sitzung der Verwaltungskommission vom 18., 20. und 24. Januar 1933.

1. Die Cooperativa di consumo della Pregaglia, Castasegna, teilt uns mit, dass an Stelle ihres verstorbenen Verwalters der Bäckerei des Vereins in Casaccia dessen Bruder, Herr Ernesto Giovannini, gewählt worden ist. Der Verein wünscht, dass die Rechnungen für die Bäckerei in Casaccia separat ausgestellt werden mit der Bezeichnung «Prestino». Auch auf den Korrespondenzen, diese Bäckerei betreffend, ist der Vermerk «Prestino» anzubringen.

Die Bestellungen der Filiale Casaccia werden nunmehr durch die Filiale Maloggia erteilt und wir ersuchen die verschiedenen Abteilungen hiervon Kenntnis zu nehmen, um Verwechslungen und Fehlleitungen zu verhüten.

2. Dem Genossenschaftlichen Seminar (Stiftung von Bernhard Jaeggi) sind folgende Zuweisungen gemacht worden:

Fr. 200.— von der Konsumgenossenschaft Langenthal;
Fr. 100.— von der Konsumgenossenschaft Ins.

Diese Vergabungen werden hiermit bestens verdankt.

---

1. Einer Statutenänderung der Konsumgenossenschaft Worb wird zugestimmt.

2. Die Konsumgenossenschaft Oensingen teilt mit, dass sie in Kestenholz eine Filiale zu eröffnen gedenke. Es wird deshalb beschlossen, die Gemeinde Kestenholz dem Wirtschaftsgebiet der Konsumgenossenschaft Oensingen zuzuteilen.

3. Dem Genossenschaftlichen Seminar (Stiftung von Bernhard Jaeggi) sind vom Konsumverein Uster Fr. 100.— überwiesen worden, die anmit bestens verdankt werden.

4. Von verschiedenen Vereinen sind wir darauf aufmerksam gemacht worden, dass vom Schweizerischen Verband zur Wahrung der Konsumenteninteressen an alle Verbandsvereine ein Zirkular versandt worden ist, worin zum Beschlusse des Bundesrates betreffend die Erhöhung der Zölle auf Kaffee und Tee Stellung bezogen wird. Der Verband zur Wahrung der Konsumenteninteressen spricht die Erwartung aus, dass die Konsumgenossenschaften die Frage der Einführung neuer Konsumsteuern nicht desinteressieren könne und erwartet Bericht, ob die Konsumvereine sich dem geplanten Vorgehen in einer Eingabe an die Zollkommission und die Mitglieder der Bundesversammlung zu gelangen, anschliessen oder ob sie selbst etwas in dieser Angelegenheit zu unternehmen gedenken.

Wir möchten auf die im «Bulletin» No. 16 vom 19. Januar 1933 erschienene Publikation der Verwaltungskommission des V. S. K. hinweisen, in welcher die Stellungnahme der Verwaltungskommission in der Frage der Kaffee- und Tee-Zollerhöhung niedergelegt ist und aus welcher Erklärung entnommen werden kann, dass die Verwaltungskommission von einer Stellungnahme absieht.

Wir müssen es deshalb jedem einzelnen Konsumverein überlassen, was er in dieser Angelegenheit zu unternehmen gedenkt.

---

1. Die Coopératives Réunies in Fribourg eröffnen ein neues Verkaufslokal in der **Grand'Rue 42.** Die Eröffnung ist auf den 10. Februar 1933 festgesetzt. Die Bestellungen für dieses Depot sind so auszuführen, dass die bestellten Waren vom 31. Januar 1933 an von unseren Lieferanten zu spedieren, währenddem die Waren ab unserem Lagerhaus in Morges mit dem Auto vom 6. Februar 1933 zu liefern sind.

2. Die Konsumgenossenschaft Oberhofen-Hilterfingen und Umgebung in Oberhofen a. Th. kann am 26. Januar 1933 auf eine 25jährige Tätigkeit zurückblicken. Es wird beschlossen, dem Verein zu diesem Anlass ein Gratulationsschreiben zu übermitteln.

3. Dem Genossenschaftlichen Seminar (Stiftung von Bernhard Jaeggi) Freidorf sind folgende Zuwendungen gemacht worden:

Fr. 100.— Konsumgenossenschaft Erschwil,
Fr. 200.— Konsumverein Rüti-Tann.

Die vom Bundesrat kürzlich beschlossene Erhöhung des Einfuhrzolles für Kaffee gibt Herrn Nationalrat Robert Grimm, Präsident der Konsumgenossenschaft Bern, Veranlassung, in einem Artikel in der «Berner Tagwacht» vom 14. Januar 1933 den V. S. K. öffentlich zu befragen, welche Stellung er zu der bundesrätlichen Massnahme zu beziehen gedenke. Er bezeichnet dabei die heutige bundesrätliche Zollpolitik als eine Folge der Verwerfung der Zollinitiative vom Jahre 1923, wofür er den V. S. K. als mitschuldig erklärt. Zu Unrecht, wie aus nachfolgenden Darlegungen hervorgeht:

Auf Antrag der Verbandsbehörden beschloss die am 18./19. Juni 1921 in Luzern stattgefundene Delegiertenversammlung, gegen die Einfuhrbeschränkungen und gegen die damals beabsichtigte übermässige Steigerung der Zollansätze mit aller Entschiedenheit Einspruch zu erheben und beauftragte die Verbandsbehörden, für sachgemässe Aufklärung der Bevölkerung zu sorgen und eventuell in Verbindung mit andern Organisationen eine Verfassungsinitiative durchzuführen. Gestützt hierauf, fasste der Aufsichtsrat am 24. September 1921 nach eingehender Diskussion mehrheitlich den Beschluss, den V. S. K. an einer Verfassungsinitiative gegen den Zolltarif zu beteiligen und beauftragte die Organe des Verbandes, die geeigneten Massnahmen zu treffen, um den Erfolg der Initiative zu sichern. Mit der Durchführung dieses Beschlusses wurde auf Beschluss der Verwaltungskommission vom 28. September 1921 das II. Departement für Propaganda, Rechts- und Bildungs-

wesen, im besondern der Vorsteher dieses Departementes und Vizepräsident der Verwaltungskommission, Herr Dr. Oskar Schär, betraut, der dem Initiativkomitee ebenfalls als Mitglied angehörte.

Die der Bundeskanzlei am 23. März 1922 eingelieferten Unterschriften zur Unterstützung der Initiative erreichten die Zahl von 151,321, wozu rund ein Drittel vom V. S. K. beigetragen wurden aus den Kreisen von Konsumvereinen, die rund 275,000 Mitglieder zählten. Von den damaligen 489 Verbandsvereinen haben 195 die Unterschriftenbogen eingesandt, währenddem 294 mit oder ohne Begründung sich der Beteiligung an der Unterschriftensammlung enthielten.

In der Volksabstimmung vom 15. April 1923 wurde die Initiative mit 467,876 Stimmen gegen 171,020 Stimmen abgelehnt. Wenn man die Verbandspresse vor dieser Volksabstimmung verfolgt, muss festgestellt werden, dass von seiten der Propagandaabteilung des V. S. K. alles aufgeboten worden war, um der Initiative zum Erfolge zu verhelfen. Die Arbeit war jedoch umsonst und der Ausgang der Abstimmung war dazu angetan, den Verbandsbehörden die Frage vorzulegen, ob und inwieweit sie sich bei künftigen derartigen Abstimmungen wieder beteiligen dürfen. Die Tatsache, dass die Mehrheit der Mitglieder der Verbandsvereine die Zolltarifinitiative nicht unterschrieben und ihr in der Volksabstimmung auch nicht zugestimmt hatte, die geringe Zahl der bejahenden Stimmen, sowie die zahlreichen Aeusserungen aus Mitgliederkreisen wegen der Stellungnahme des Verbandes, mussten in den Verbandsbehörden die Erkenntnis wachrufen, dass die Genossenschaftsbewegung als solche nicht geeignet sei, an Volks- und Abstimmungsbewegungen mitzuwirken in Angelegenheiten, die nicht rein genossenschaftlicher Natur sind und in denen die Meinungen in unserem Mitgliederkreise auseinandergehen. Die Abstimmung über die Initiative von 1923 hat erwiesen, dass die Konsumgenossenschaften nicht als Kampforganisationen ausgebaut und organisiert sind, nicht einmal in wirtschaftspolitischen Fragen. Auch die Tatsache, dass, obwohl der Verband in der erwähnten Abstimmung die gleiche Stellung einnahm wie die links orientierten politischen Parteien, die Initiative gleichwohl mit übergrossem Mehr abgelehnt wurde, ist ein Beweis, dass der grösste Teil der Konsumvereinsmitglieder, trotz intensiver Propaganda unserseits, sich nicht von genossenschaftlichen Erwägungen, sondern von politischen oder andern Gesichtspunkten leiten liess. Erwähnenswert ist, dass aus den gleichen Gründen auch die Stellungnahme des Verbandes zu Zollvorlagen in früheren Jahren nie die Unterstützung der Grosszahl seiner Mitglieder gefunden hatte.

Aus diesen Darlegungen geht hervor, dass im Artikel der «Tagwacht» nicht nur die Stellungnahme des Verbandes zur Zollinitiative im Jahre 1923 unrichtig dargestellt wird, sondern, dass auch die Folgerungen aus der Darstellungsweise in der «Tagwacht» zu einem falschen Schlusse führen müssen.

Die Delegiertenversammlung des V. S. K. vom 18. Juni 1932 in Interlaken hat in bezug auf die Stellungnahme des Verbandes in wirtschaftspolitischen Fragen folgenden Beschluss gefasst:

«Nach § 2 der in Kraft bestehenden Statuten ist der Verband parteipolitisch und konfessionell neutral; dagegen hat er in wirtschaftspolitischen Fragen die Konsumenteninteressen zu wahren. Die Verbandsbehörden werden diesen Artikel auch fürderhin im Sinne der bisherigen Praxis interpretieren, wonach der V. S. K. nur in solchen Fällen zu wirtschaftspolitischen Fragen Stellung nehmen soll, wenn angenommen werden kann, dass dadurch die Einheit und die Einigkeit innerhalb des Verbandes oder die Entwicklungsmöglichkeit der Verbandsvereine nicht beeinträchtigt werden. Die Verbandsbehörden werden somit auch in Zukunft von Fall zu Fall prüfen müssen, ob und inwieweit eine Stellungnahme des Verbandes im Interesse der Gesamtorganisation liegt oder ihr zum Schaden gereichen könnte.

Selbstverständlich sind die einzelnen Verbandsvereine durch diese Interpretation in keiner Weise gebunden und in ihrer Stellungnahme nicht gehindert.»

Gestützt auf diesen Beschluss, hat die Verwaltungskommission die Pflicht, insofern gegen den Beschluss des Bundesrates wegen der Kaffeezollerhöhung Stellung bezogen werden soll, zu prüfen, ob dadurch die Einheit und die Einigkeit innerhalb des Verbandes nicht beeinträchtigt werden kann. Der Bund sowohl als auch die S. B. B. weisen beträchtliche Fehlbeträge auf. Jeder Schweizerbürger wird sich deshalb die Frage vorlegen, in welcher Weise diese Fehlbeträge gedeckt werden können und sollen. Darüber, dass die Rechnungen ausgeglichen werden sollen, werden alle gleicher Meinung sein; über das Wie, d. h. über die Art der Deckung, ob durch Besteuerung von Vermögen und Einkommen, ob durch Hochhaltung der Gebühren, Taxen und Frachten bei den Transportanstalten oder auf andere Weise, werden die Auffassungen innerhalb der Volksgenossen auseinandergehen. Der Bundesrat versucht nun einen Teil des Fehlbetrages durch indirekte Besteuerung einiger Massenartikel zu decken, wie dies nun durch die Zollerhöhung auf Kaffee und Tee erfolgt ist, in welchem Zusammenhang allerdings bemerkt werden muss, dass besonders die Kaffeepreise im Verlaufe der Jahre wesentlich niedriger geworden sind und dass auch in andern Staaten der Kaffee schon seit Jahren ein staatliches Steuerobjekt darstellt. Es kann nun mit vollem Recht gegen diese indirekte Besteuerung des Konsums Stellung bezogen und die Ansicht vertreten werden, dass der Bund seinen in den letzten Jahren gewaltig gestiegenen Finanzbedarf durch das Mittel der direkten Steuern oder durch Abbau der Subventionen ausgleichen soll. Ueber diese Fragen werden die Meinungen zwischen den rund 400,000 Mitgliedern unserer Verbandsvereine aber gewiss auseinandergehen, namentlich deshalb, weil an der Beurteilung und Lösung der Finanzprobleme in unserem Lande nicht nur die wirtschaftlichen Gruppen, sondern in hervorragendem Masse die politischen Parteien sich beteiligen, so dass letzten Endes die Stellungnahme des Einzelnen zu diesen Fragen in der Hauptsache von seiner Zugehörigkeit zu einer politischen Partei beeinfusst wird. Unter den Mitgliedern unserer Verbandsvereine haben wir Anhänger aller politischen Parteien und wenn nun der V. S. K. zu diesen finanzpolitischen Fragen Stellung beziehen würde, so besteht die Gefahr ernstlicher Differenzen innerhalb des Verbandes sowohl als auch innerhalb einzelner Vereine, wodurch die Einheit und die Einigkeit innerhalb des Verbandes beeinträchtigt würde. Aus diesem Grunde vertritt die Verwaltungskommission die Auffassung, von einer Stellungnahme abzusehen und es jedem Konsumvereinsmitglied zu überlassen, seiner Auffassung und seiner inneren Ueberzeugung entsprechend zu den bundesrätlichen Massnahmen Stellung zu beziehen.

Konsumgenossenschaftliche Werbewoche

vom 11. bis 19. Februar 1933.

Den Verbandsvereinen diene anmit zur Kenntnis, dass ihnen dieser Tage von Zürich aus das von der Kunstanstalt J. C. Müller, Zürich, hergestellte **Plakat** zugesandt werden wird, und zwar in der Zahl der Vereinsläden, plus drei weitere Exemplare. Diejenigen Vereine, die die Zusendung von mehr Exemplaren verlangt haben, erhalten die gewünschte Anzahl zugestellt.

Wir möchten die Vereine nunmehr höfl. bitten, für geeigneten Aushang dieser Plakate besorgt zu sein. Das Plakat wird in sämtlichen Bahnhöfen der Schweiz angeschlagen. Ferner haben wir die Allg. Plakatgesellschaft Basel beauftragt, in allen Ortschaften, wo der Anschlag von Plakaten konzessioniert ist, für den Aushang der Plakate besorgt zu sein. Die Abmachungen sind so getroffen worden, dass die Plakate in allen Ortschaften **spätestens Mittwoch, den 8. Februar 1933,** angeschlagen sein sollen.

Da wir für den öffentlichen Anschlag zum Teil nicht unerhebliche Gebühren zu bezahlen haben, bitten wir die Vereinsvorstände sowie ihre Vertrauenspersonen, in ihren Ortschaften eine Kontrolle des Anschlages durchzuführen und uns alle jene Orte zu bezeichnen, wo der Anschlag nicht durchgeführt sein sollte, damit wir bei der in Betracht kommenden Gesellschaft vorstellig werden können.

Die Auflage des Plakates wurde nach Massgabe der bis jetzt eingesandten Bestellungen bestimmt. Soweit Vorrat, sind wir gerne bereit, allfällige Nachbestellungen noch zur Ausführung zu bringen.

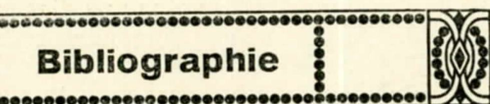


Mitteilungen der Redaktion



In No. 3 des «Schweiz. Konsumverein» muss die Ueberschrift auf Seite 31 wie folgt lauten: **Ausbau der Mitgliederwerbung.**





Bibliographie

Historisch-Biographisches Lexikon der Schweiz. Administration und Verlag: Neuenburg, Place Piaget 7. 63. Faszikel: Wabern—Wallis.

Trotzdem das vorliegende Heft das Ende des eingehend dargestellten Artikels über die Waadt bringt und den Anfang über den Kanton Wallis enthält, finden wir noch eine Fülle des interessantesten Materials verarbeitet. Unter den hervorragenden Familiennamen heben wir hervor: Wackernagel, Wagner, Walder, Waldkirch, Waldmann. Orts-, Gemeinde- und Städtenamen sind: Wädenswil, Wald, Waldenburg, Wallenstadt. Eine interessante Entwicklungsgeschichte der Waffen gibt Einblick in die Wehrhaftigkeit eines Volkes. Die Entstehung und das Wesen der Waldenser wird dargestellt und das Stichwort: Waldstädte führt bis zur Wiege der Eidgenossenschaft. Das Bildmaterial ist reich und sorgfältig ausgewählt.

Die Buchhandlung des V. S. K., Thiersteinerallee 9, Basel, nimmt jederzeit Bestellungen entgegen.

VERBAND SCHWEIZ. KONSUMVEREINE (V.S.K.)

Kreis VI

(Urkantone, Zug und Luzern.)

EINLADUNG

zur

Versammlung der Genossenschaftsfunktionäre des VI. Kreises

Sonntag, den 5. Februar 1933, vormittags 9.30 Uhr, im Volkshause in GOLDAU.

I. Vortrag: Ueber das Finanzgebaren in den Genossenschaften; Pflichten und Aufgaben der Vorstandsmitglieder.

Referent: Herr Dr. O. Schär, Vize-Präsident der Verwaltungskommission des V. S. K.

II. Vortrag: Ueber die Obliegenheiten der lokalen Revisoren.

Referent: Herr Emil Baltzer, Revisor des Verbandes.

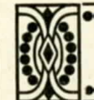
Es ist uns sehr daran gelegen, bei diesem Anlasse sämtliche Vereine mit 2 bis 3 Vorstandsmitgliedern und den Revisoren vertreten zu sehen. Das Mittagessen wird aus der Kreiskasse bezahlt. Die Bahnspesen gehen zu Lasten der einzelnen Vereine.

Wir erbitten Ihre Zusage und Bekanntgabe der Teilnehmerzahl bis zum 1. Februar an den Unterzeichneten.

Mit genossenschaftlichem Gruss!

Für den Kreisvorstand VI:

Der Präsident: **J. Frey.**



Genossenschaftlicher Arbeitsmarkt



Angebot.

Junge seriöse Tochter, die den Genossenschaftlichen Seminarkurs im Freidorf mit Erfolg absolviert hat, sucht Stelle als **Verkäuferin.** Zeugnisse und Referenzen stehen zur Verfügung. Offerten erbeten unter Chiffre T. S. 15 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Tüchtiges, geschäftsfreudiges Ehepaar sucht per April 1933 eine Konsumfiliale zu übernehmen mit grösserem Umsatz. Kaution kann geleistet werden. Prima Referenzen zur Verfügung. Offerten erbeten unter Chiffre L. G. 17 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Redaktionsschluss: 26. Januar 1933.

Buchdruckerei des Verband. schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) Basel